头豹 LeadLeo

400-072-5588

2019 年
中国宠物繁殖和活体交易行业概览

行业走势图

消费研究团队

曾亮 分析师

邮箱 :cs@leadleo.com

相关热点报告

- 宠物系列概览——2019 年中国宠物用品行业概览
- 宠物系列概览——2019 年中国宠物食品行业概览
- 宠物系列概览——2019 年中国宠物服务行业概览

报告摘要

宠物繁殖和活体交易行业涉及到宠物的繁殖、养殖、售卖等多个环节。宠物繁殖和活体交易行业直接决定宠物主的宠物来源、宠物品种、宠物的初始体质，是宠物行业发展的基础。宠物品种众多，市场对不同宠物品种的需求不一。以最常见的宠物猫、宠物狗为例，宠物狗最受欢迎的品种是贵宾犬，有 27.2%的宠物主购买的是贵宾犬。宠物猫最受欢迎的交易品种是中华田园猫，有 53.7%的宠物主购买的是中华田园猫。

热点一：养宠群体庞大，潜在养宠群体增长迅速

在快速的生活节奏下，当代年轻人孤独感激增。根据新华社报道，中国独居年轻人数量已超过 2,000 万人，有 57.9%的“空巢青年”强烈表示自己缺乏情感寄托。众多空巢青年为满足情感需求选择饲养宠物，80、90 后的年轻人已成为饲养宠物的最主要群体。未来，随着中国老龄化程度的加深以及空巢青年的增多，中国宠物主数量将继续增长，拉动宠物繁殖和活体交易市场规模的增长。

热点二：居民收入提升，对宠物品种、体质要求上升

随着居民收入的增长，中国宠物主开始通过专业的养殖商，购买经过检疫、干净健康的宠物，从而推动宠物繁殖和活体交易行业的发展。同时，宠物能在一定程度上展示宠物主的品味，有经济能力的宠物主往往更有意愿购买名贵品种的宠物，从而推动了宠物繁殖和活体交易行业的进一步发展。

热点三：宠物影响力与日俱增，活体交易便捷度上升

在宠物主的自发宣传和企业不断创新交易模式的情况下，宠物的影响力与日俱增，居民养宠意愿提高，宠物购买的便捷程度也在不断提升。未来，随着宠物的影响力进一步扩大，宠物繁殖和活体交易行业将得到进一步发展。

VISIT…

扫码免费领取资料

房中术{www.nblax520.com}专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等.....

==========

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注 学习）

扫码加微信lax988988领取资料

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练

32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦.....

目录

1 方法论 5

1.1 研究方法 5

1.2 名词解释 6

2 中国宠物繁殖和活体交易行业市场综述 7

2.1 宠物繁殖和活体交易的定义 7

2.2 中国宠物繁殖和活体交易行业的市场规模 7

2.3 中国宠物繁殖和活体交易行业发展历程 8

2.4 中国宠物繁殖和活体交易行业产业链分析 10

2.4.1 上游分析 10

2.4.2 中游分析 11

2.4.3 下游分析 12

3 中国宠物繁殖和活体交易驱动及制约因素 14

3.1 驱动因素 14

3.1.1 养宠群体庞大，潜在养宠群体增长迅速 14

3.1.2 居民收入提升，对宠物品种、体质的要求上升 14

3.1.3 宠物影响力与日俱增，活体交易便捷度上升 15

3.2 制约因素 16

3.2.1 行业发展不规范 16

3.2.2 宠物主宠物知识欠缺 17

3.2.3 宠物容易发生死亡 18

4 中国宠物繁殖和活体交易行业政策及监管分析 19

5 中国宠物繁殖和活体交易行业市场趋势.....21
5.1 企业业务向宠物行业下游延伸.....21
5.2 品牌将成为消费者购买宠物的重要依据.....22
5.3 养殖的宠物种类多样化发展.....23
6 中国宠物繁殖和活体交易行业竞争格局.....24
6.1 中国宠物繁殖和活体交易行业竞争格局概述.....24
6.2 中国宠物繁殖和活体交易行业典型企业分析.....25
6.2.1 倍爱宠（北京）宠物服务有限公司.....25
6.2.2 广州市天河区黄村润博宠物用品经营部.....26
6.2.3 广州腾煌宠物服务有限公司.....27

图表目录

图 2-1 宠物主购买猫类、犬类宠物活体的情况 7

图 2-2 中国宠物繁殖和活体交易行业市场规模，2014-2023 预测 8

图 2-3 中国宠物繁殖和活体交易行业发展历程 9

图 2-4 中国宠物繁殖和活体交易行业产业链 10

图 2-5 宠物主画像，2018 年 13

图 3-1 宠物主获取宠物狗、宠物猫的获取方式 18

图 4-1 中国宠物繁殖和活体交易行业相关政策 20

图 5-1 各类宠物数量，2018 年 23

1 方法论

1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从宠物行业，电子商务等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 7 月完成。

1.2 名词解释

- **FCI**：世界犬业联盟，负责统一各犬种原产国标准、制定国际犬展规则等。
- **CKU**：为世界犬业联盟中国地区唯一会员，负责对 FCI 认定的纯种犬种繁殖管理。
- **星期狗/猫**：指在购买时非常精神、活泼的，但购买后 7 天左右开始出现严重健康问题的宠物狗/猫。
- **AKC**：美国犬业协会，负责开展犬展览、健康诊所、教育计划等。
- **CSV**：德国牧羊犬俱乐部，负责建立中国纯血统德国牧羊犬发展模式及繁殖标准。

2 中国宠物繁殖和活体交易行业市场综述

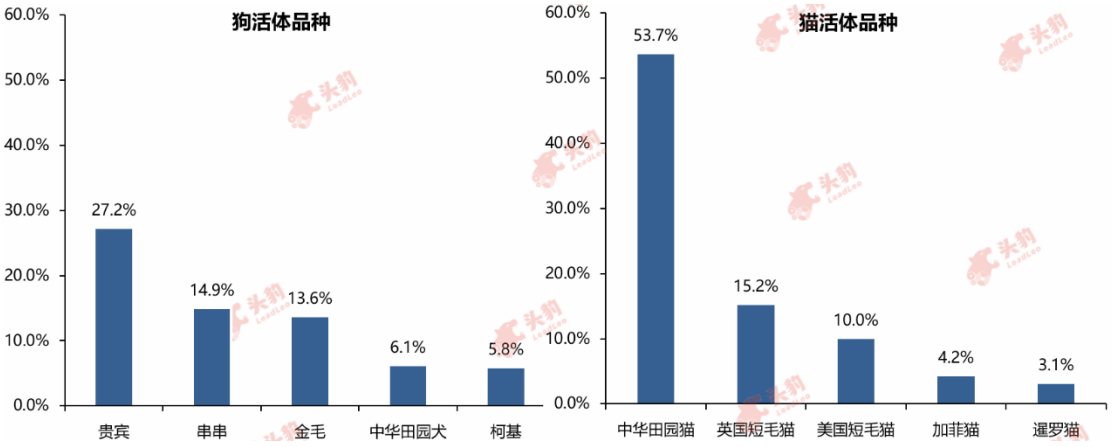
2.1 宠物繁殖和活体交易的定义和分类

宠物繁殖和活体交易行业涉及到宠物的繁殖、养殖、售卖等多个环节。宠物繁殖和活体交易行业直接决定宠物主的宠物来源、宠物品种、宠物的初始体质，是宠物行业发展的基础。

宠物繁殖和活体交易企业按业务的不同可以分为宠物养殖商和宠物活体交易商：（1）宠物养殖商专注于宠物的繁殖、养殖，其宠物主要售卖给宠物活体交易商；（2）宠物活体交易商专注于宠物活体的交易，负责将宠物售卖给宠物主。但市场中两类企业区分并不明显，多数宠物养殖商都会直接面向宠物主客户，部分宠物活体交易商也会从事宠物的繁殖、养殖业务。

宠物品种众多，市场对不同宠物品种的需求不一。以最常见的宠物猫、宠物狗为例，宠物狗最受欢迎的品种是贵宾犬，有 27.2%的宠物主购买的是贵宾犬。宠物猫最受欢迎的交易品种是中华田园猫，有 53.7%的宠物主购买的是中华田园猫（见图 2-1）。

图 2-1 宠物主购买猫类、犬类宠物活体的情况



来源：头豹研究院编辑整理

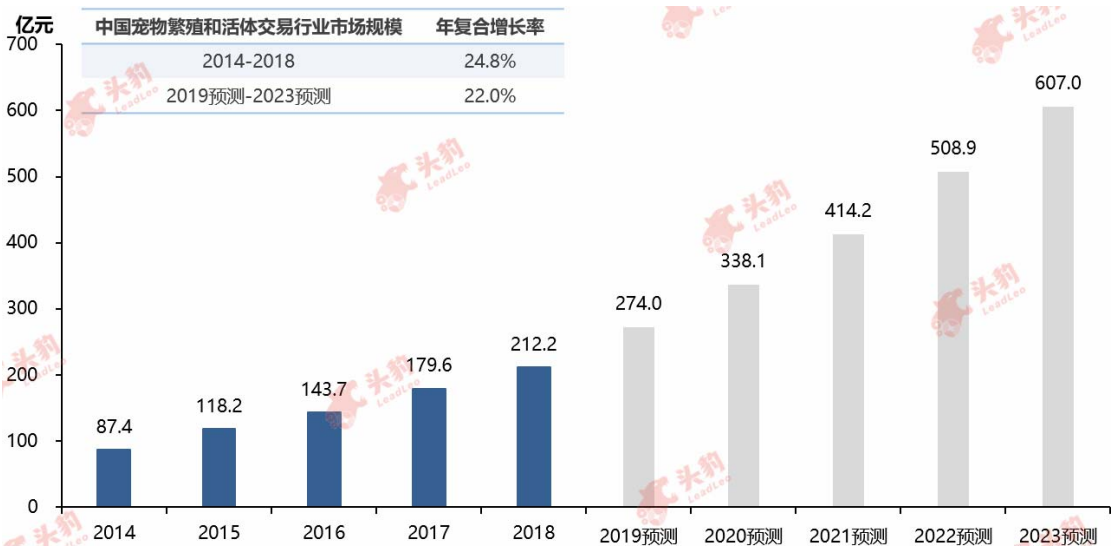
2.2 中国宠物繁殖和活体交易行业的市场规模

中国宠物繁殖和活体交易行业市场规模由 2014 年的 87.4 亿元增长到 2018 年的 212.2

亿元，年复合增长率达到 24.8%。中国宠物繁殖和活体交易行业市场规模的快速增长主要得益于：（1）中国城市化进程的推进以及老龄化程度的加深，空巢老人、空巢青年等缺少陪伴的群体数量增长迅速，促使中国养宠人群数量快速增加；（2）伴随着居民收入的增长，中国宠物主消费能力上升、消费意愿增强，宠物主愈发关注饲养宠物的品种和体质，推动了宠物繁殖和活体交易行业的发展；（3）宠物主和企业借助互联网的力量，持续推动宠物知识普及，宠物的影响力日益提升。

未来，随着宠物主数量的增长，以及居民消费能力的上升，中国宠物繁殖和活体交易行业仍将继续增长，预计市场规模在 2023 年突破 600.0 亿元。（见图 2-2）。

图 2-2 中国宠物繁殖和活体交易行业市场规模，2014-2023 预测



来源：头豹研究院编辑整理

2.3 中国宠物繁殖和活体交易行业发展历程

中国在 20 世纪 90 年代之前，经历了宠物禁养时期，《家犬管理条例》规定县级以上城市及近郊区、新兴工业区禁止养犬。之后随着宠物禁养限制的放松，宠物繁殖和活体交易行业得以起步（见图 2-3）。

1） 1991 年至 2000 年，起步阶段

进入 20 世纪 90 年代后，政府开始允许部分地区符合条件的居民饲养宠物，中国宠物

行业整体迎来发展机遇。1992 年，中国小动物保护协会经农业部批准正式成立，中国宠物行业逐渐兴起，中国宠物繁殖和活体交易行业正式起步。在此阶段，宠物主对宠物品种、宠物体质要求不高，其饲养的宠物主要来自捡取的流浪动物，因此从事宠物专业养殖的机构少。

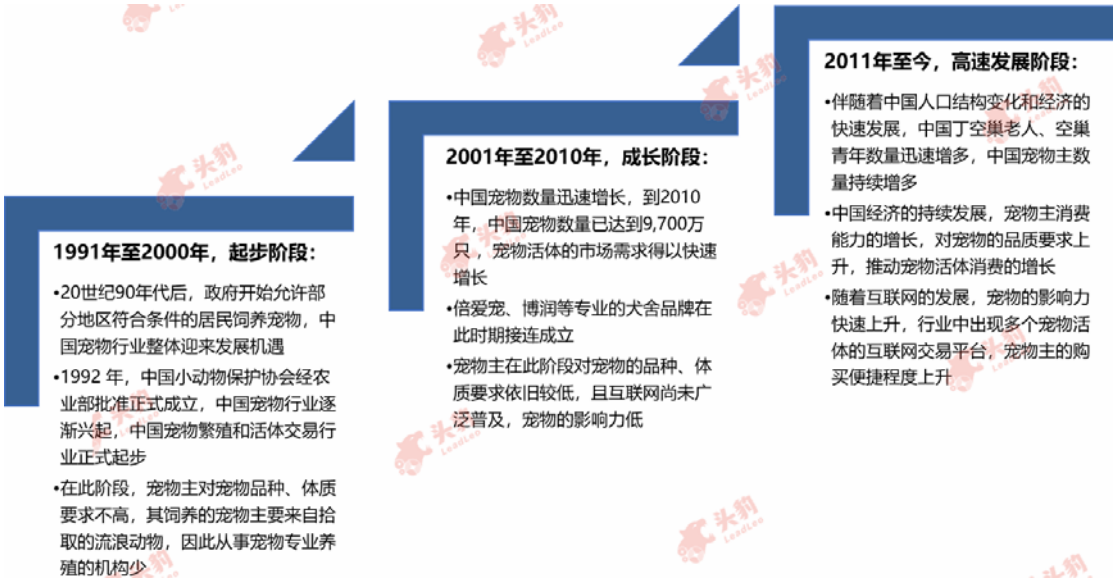
2) 2001 年至 2010 年，成长阶段

进入 21 世纪后，政府对宠物饲养的限制进一步放开，中国宠物数量迅速增长，到 2010 年，中国宠物数量已达到 9,700 万只，宠物活体的市场需求得以快速增长。倍爱宠、博润等犬舍品牌在此时期接连成立。但宠物主在此阶段对宠物品种、体质要求依旧较低，且互联网尚未广泛普及，宠物的影响力低。

3) 2011 年至今，高速发展阶段

伴随着中国人口结构变化和经济的快速发展，中国空巢老人、空巢青年数量迅速增多，中国宠物主数量持续增多。同时，中国经济的持续发展，宠物主消费能力的增长，对宠物的品种、体质的要求逐渐上升，推动宠物活体消费的增长。随着互联网的发展，宠物的影响力也在快速上升，行业中出现多个宠物活体的互联网交易平台，宠物主的购买便捷程度上升。在此阶段，宠物繁殖和活体交易行业的市场规模增长到 2018 年的 212.2 亿元。

图 2-3 中国宠物繁殖和活体交易行业发展历程

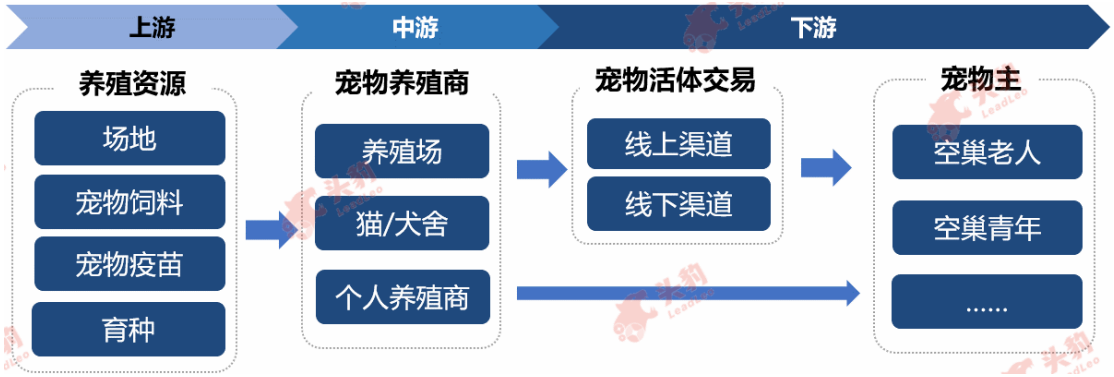


来源：头豹研究院编辑整理

2.4 中国宠物繁殖和活体交易行业产业链分析

中国宠物繁殖和活体交易行业产业链上游的主要参与者是宠物养殖资源的提供方，包括场地提供方、宠物饲料商、宠物疫苗商、育种宠物等。中国宠物繁殖和活体交易行业产业链中游主体是宠物活体养殖商，包括宠物的个人养殖商、养殖场、犬舍/猫舍等。中国宠物繁殖和活体交易行业产业链下游涉及到宠物活体的交易渠道和终端消费者（见图 2-4）。

图 2-4 中国宠物繁殖和活体交易行业产业链



来源：头豹研究院编辑整理

2.4.1 上游分析

中国宠物繁殖和活体交易行业产业链上游市场的参与者主要为宠物养殖的相关资源提供方，提供宠物养殖所需的专业场地、宠物饲料、宠物疫苗以及配种宠物等。

养殖场地方面，受租金、水电费用、政策的影响，宠物的养殖场地通常远离城区。根据《动物防疫条件审核管理办法》规定，动物饲养场需要距离生活饮用水源地、城镇居民区、文化教育科研等人口集中区域及公路、铁路等主要交通干线 1,000 米以上，且还需要满足动物卫生、医疗等方面的标准。在一线城市中，北京政府特意划分专门的养殖区，上海、广州随着城市化推进以及城市规划的改变，迫使已建成的养殖场不断搬迁，远离城区。

宠物饲料是宠物养殖的主要成本支出，占宠物总养殖成本的 80%左右。中国宠物饲料品牌众多，价格跨度大，宠物养殖商的选择空间大。但近年来，宠物饲料受其原料上涨影响，宠物饲料价格有所上升，推高了宠物养殖商的养殖成本。

宠物疫苗占宠物总养殖成本的 10%左右。宠物疫苗质量直接影响到宠物的死亡率，宠物疫苗商因此具有较高的议价能力。此外，人工成本仅占到宠物总养殖成本的 10%左右，主要因为宠物养殖场所需的人工数量较少。

育种方面，宠物品种直接决定宠物的市场价值，知名品种的宠物价值与普通品种的宠物价值相差甚远，如纯种雪獒价格超过万元，普通沙皮狗价格则在数百元左右。因此能提供优质配种宠物的机构或个人的议价能力高。但育种是一次性支出，育种成功后，宠物养殖商可持续繁殖此品种宠物。如今用于育种的宠物有 68%来自国内，例如宠物主饲养的宠物、高校养殖基地中的宠物等；用于育种的宠物有 30%来自台湾地区，12%来自国外地区。

2.4.2 中游分析

中国宠物繁殖和活体交易行业产业链中游主体是宠物活体养殖商，包括个人养殖商、宠物养殖场、猫舍/犬舍等。中国宠物主饲养的宠物以猫、狗为主，因此宠物活体养殖商主要养殖犬类、猫类宠物。

（1）个人养殖商：宠物养殖门槛较低，个人完全能够饲养宠物后再转手卖给客户，导致行业中个人养殖商众多，数量占比超过 90%。个人养殖商的专业性低，养殖的宠物品种低端、体质差，其宠物的售卖价格低。

（2）宠物养殖场：宠物养殖场是专业的宠物繁殖、养殖机构。宠物养殖场的养殖条件好于个人养殖商，其养殖规模大小不一，养殖的宠物品种多样，宠物价格跨度大。宠物养殖场主要通过不断繁殖宠物，再对外销售宠物活体的方式盈利，销售对象主要是各类宠物店、宠物活体批发商等。

（3）猫舍/犬舍：猫舍/犬舍与养殖场相比，其养殖更加专业和严格，养殖的宠物品种高档，价格昂贵。例如犬舍的经营者需要了解犬种的 AKC 和 FCI 标准，了解不同犬类的优

缺点，以培养最优质的宠物犬。犬舍通常养殖条件优越，且得到 CKU 的认证，其培养的宠物犬还会参与相关宠物协会举办的赛事，获得证书。猫舍/犬舍的服务范围广泛，除售卖宠物外，还会提供一些宠物服务，通常直接面向下游的宠物主。但猫舍/犬舍经营成本高，市场中数量少。

2.4.3 下游分析

中国宠物繁殖和活体交易行业产业链下游涉及到宠物活体的交易渠道以及终端消费者。中国宠物活体的交易渠道可分为线上渠道和线下渠道。线下渠道是中国宠物活体交易最主要的渠道，线下销售额占总额销售额的 65%。主要原因有：（1）线下交易中，消费者能直接当面观察宠物、挑选满意的宠物，消费者信任度更高；（2）线上交易中，宠物需要经过物流配送环节到达消费者手中，但中国缺乏专业的宠物运输机构，宠物在运输过程中死亡率高；（3）线下交易中，企业可以在线下直接向消费者提供宠物训练、宠物饲养培训等售后服务，而企业通过线上能提供的售后服务有限。

中国宠物繁殖和活体交易行业的线下渠道主要由宠物店、猫/犬舍、宠物养殖场、宠物批发市场、个人直销商等宠物活体交易商组成：（1）中国宠物店数量众多，接触的客户众多，因此宠物店是宠物活体销售的主要渠道，其销售额占线下总销售额的 55%；（2）猫舍/犬舍、养殖场从事养殖活动，同时也从事宠物活体交易业务，直接向宠物主销售宠物活体，两者合计的销售额占线下总销售额的 10%。其中猫舍/犬舍的宠物体质好、品种高档，是宠物主购买高档宠物的主要渠道；（3）专业宠物批发市场中有众多宠物活体的售卖者，其宠物来源复杂，宠物品种和健康状态难以得到保证，其销售额占线下总销售额的 20%；（4）中国个人宠物养殖商众多，促使市场中拥有众多个人宠物直销商，其销售额占线下总销售额的 15%。

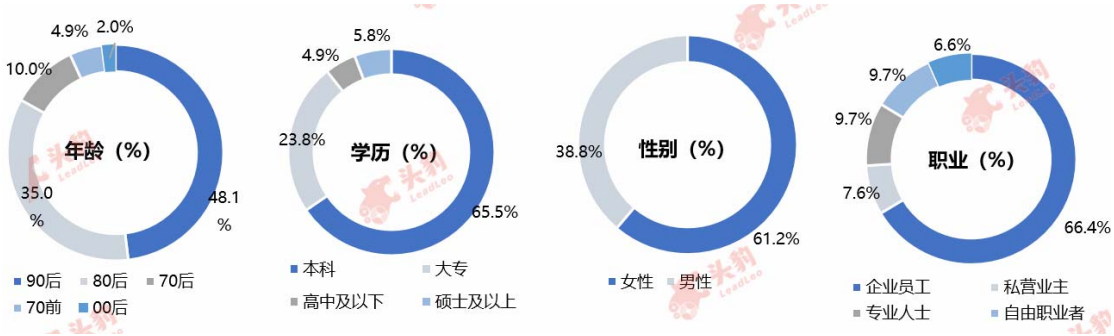
中国宠物繁殖和活体交易的线上渠道包括垂直宠物电商平台和综合电商平台。电商平台

整合宠物养殖商、宠物活体交易商资源，消费者可在线选购宠物活体，再由宠物养殖商、宠物活体交易商配送给客户。随着中国宠物经济的火热，中国宠物行业中已诞生众多的垂直宠物电商平台，提供宠物活体的售卖。例如波奇网在售卖宠物食品、宠物用品的同时，提供宠物活体的售卖，心宠、宠舍汇等网站则专注于宠物活体的售卖。

现阶段，中国各垂直宠物电商平台中宠物活体的交易规模普遍偏小，宠物活体的线上交易主要集中在综合电商平台。综合类电商平台中，淘宝、天猫、京东等平台处于领先地位，其中淘宝、天猫的宠物活体销售额占线上总销售额的 40%，京东的宠物活体销售额占线上总销售额的 25%。

中国宠物繁殖和活体交易企业的终端消费者是宠物主。根据调查，中国宠物主的特征为年轻、高学历、女性、高收入。85.1%的宠物主是 80、90、00 后，71.3%的宠物主学历是本科或本科以上，61.2%的宠物主是女性，66.4%的宠物主是企业员工（见图 2-5）。未来随着中国经济的持续发展，宠物主数量将进一步增长，拉动宠物繁殖和活体交易市场需求的增长。

图 2-5 宠物主画像，2018 年



来源：头豹研究院编辑整理

3 中国宠物繁殖和活体交易驱动及制约因素

3.1 驱动因素

3.1.1 养宠群体庞大，潜在养宠群体增长迅速

中国养宠家庭的数量在 2018 年已增长到 9,978 万户，宠物活体的市场需求庞大。同时，随着中国老龄化程度的加深以及城市化进程的推进，中国空巢老人、空巢青年等群体数量快速增长，促使宠物活体的市场需求进一步上升。

空巢老人、空巢青年等群体通常缺少陪伴，而宠物能够起到陪伴作用，因此此类群体的养宠意愿更高。伴随着年龄的增长，老年人在听力、视力、体能等身体各方面机能出现衰退，严重影响老年人的社交、日常生活等活动，老年人因此容易产生孤独感。同时，社会价值感的缺失、子女的长期缺席等因素也加深了老年人的孤独感。宠物的出现能有效的填补老年人内心的空白，老年群体能够在宠物身上重新获得被需要、被重视的感觉，促使越来越多的老年人选择饲养宠物。国家统计局数据显示，2018 年中国老年人口（60 岁以上人口）数量已增长到 2.49 亿，中国老年化程度在不断加深，预计中国老年宠物主数量将持续增多。

在快速的生活节奏和生存压力下，当代年轻人孤独感激增。根据新华社报道，中国独居年轻人数量已超过 2,000 万人，有 57.9%的“空巢青年”强烈表示自己缺乏情感寄托。众多空巢青年为满足情感需求选择饲养宠物，80、90 后的年轻人已成为饲养宠物的最主要群体。未来，随着中国老龄化程度的加深以及空巢青年的增多，中国宠物主数量将继续增长，拉动宠物繁殖和活体交易市场规模的增长。

3.1.2 居民收入提升，对宠物品种、体质的要求上升

得益于中国经济的增长，中国居民收入持续提升，拥有养宠能力的中国居民数量快速增

长。同时，收入的增长促使宠物主对宠物的品种、体质的要求不断提升，专业的宠物养殖商得以发展。

饲养宠物是一笔不低的支出，例如 2018 年平均每个宠物主在单只宠物狗上的消费达到 5,600 元，饲养宠物需要宠物主有一定的经济能力。2014 到 2018 年，中国居民的人均可支配收入从 20,167.1 元增长到 28,228.1 元，年均复合增长率为 8.8%；中国人均消费支出也从 2014 年的 14,491.4 元增长到 2018 年的 19,853.1 元，年复合增长率达 8.2%。上海、北京、浙江、天津、江苏、广东等地区，人均收入高于全国平均水准，其宠物主数量也位居全国前列。

宠物的获取方式多样，除购买外，宠物主可以通过捡取流浪动物、领养宠物等方式获取宠物。过往，中国居民收入不高，且对宠物的品种、体质要求不高，导致大量宠物主通过捡取流浪动物的方式获取宠物。但此方式获取的宠物存在健康隐患，随着居民收入的增长，中国宠物主开始通过专业的养殖商，购买经过检疫、干净健康的宠物，从而推动宠物繁殖和活体交易行业的发展。同时，宠物能在一定程度上展示宠物主的品味，有经济能力的宠物主往往更有意愿购买名贵品种的宠物，从而推动了宠物繁殖和活体交易行业的进一步发展。

3.1.3 宠物影响力与日俱增，活体交易便捷度上升

随着互联网快速发展，宠物的影响力日益提升：(1) 中国互联网发展至今，诞生了微博、微信、抖音等多个拥有数亿用户的社交、媒体平台。明星、知名人士纷纷在这些平台上展示其饲养的宠物，吸引了数万至数千万粉丝的关注；(2) 通过互联网平台，宠物知识的普及程度得以提升。每种宠物品种众多，例如宠物狗的品种包括贵宾、泰迪、牧羊犬等。企业、宠物主通过互联网平台，向普通居民宣传不同品种宠物的特点，有利于宠物主挑选到合适的宠物品种。

与此同时，业内企业借助互联网的力量不断提升宠物活体交易的便捷程度。如今综合电商平台纷纷开辟宠物活体类目，行业中也出现众多宠物垂直电商平台，宠物主不再需要前往线下实体店购买宠物，宠物购买更加方便。宠物电商平台的形式也在不断创新，例如“宠舍汇”从直播切入活体交易，“宠舍汇”与线下养殖商签约，养殖商作为 KOL 可以在“宠舍汇”直播平台上生产专业内容，也可以对宠物以及宠物的养殖环境进行直播，提升消费者对养殖商的信任度，吸引到更多消费者购买宠物。

在宠物主的自发宣传和企业不断创新交易模式的情况下，宠物的影响力与日俱增，居民养宠意愿提高，宠物购买的便捷程度也在不断提升。未来，随着宠物的影响力进一步扩大，宠物繁殖和活体交易行业将得到进一步发展。

3.2 制约因素

3.2.1 行业发展不规范

中国宠物繁殖和活体交易行业发展至今仍存在众多不规范的现象，严重影响行业发展：

（1）宠物活体交易不透明，消费者购买的宠物品种无保障。具体表现为：①宠物品种众多，每个品种宠物的价格不一，而行业中缺乏统一的价格标准，消费者难以判断价格的合理性；②部分养殖商通过伪造宠物品种的方式，虚报价格。消费者的宠物知识有限，通常难以发觉。

（2）企业售后不完善，消费者维权困难。具体表现为：①购买宠物仅仅是宠物主饲养宠物的第一步，宠物主在饲养宠物过程中可能会对宠物品种不满意，或者遇到宠物健康问题，因此需要退换宠物。但宠物繁殖和活体交易行业中，多数企业在宠物活体交易完成后，不提供退换等售后服务；②市场中个人经营者众多，个人经营者违法成本低。部分个人经营者存在伪造品种证书，虚假宣传等欺骗行为，一旦被发现后就立即消失，消费者难以维权。行业

中也缺乏针对性政策保障消费者权益，加大了消费者的维权难度。

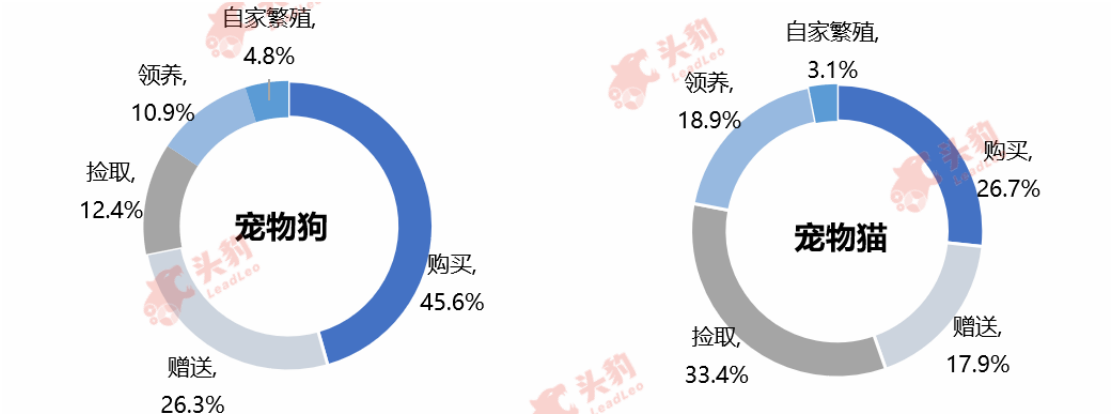
（3）行业缺乏监管，市场竞争无序。具体表现为：①行业中部分宠物养殖商通过喂养宠物劣质饲料、不打宠物疫苗的方式压低宠物养殖成本，依靠低价抢占市场，导致严格按要求养殖宠物的企业反而出现市场份额下降的问题；②部分宠物养殖商为追逐短期利益，过度饲养热门品种宠物，导致市场中同类品种泛滥；③部分宠物养殖商、宠物活体交易商收集街边的流浪动物，在未经过健康检疫的情况下，将流浪动物虚假宣传成健康宠物，售卖给宠物主。

行业中诸多的不规范现象，导致消费者频繁遇到消费陷阱，严重影响消费者对行业的信任。而且行业监管的缺失导致不规范经营的企业能够通过恶性竞争的方式抢占市场份额，严重阻碍优质企业的发展。未来，宠物繁殖和活体交易行业的长久发展，需要政府部门的有效监督，也需要业内人士自觉规范市场竞争行为，共同创造健康的市场环境。

3.2.2 宠物主宠物知识欠缺

当前，中国宠物主的宠物知识欠缺，部分宠物主尚未认识到宠物品种、宠物体质的重要性，依旧通过非购买的方式获取宠物。据调查，仅有 45.6%的养狗宠物主、26.7%的养猫宠物主通过购买的方式获得宠物活体。超过 50%的宠物主依旧通过非购买的方式获得宠物，其中 12.4%的养狗宠物主和 33.4%的养猫宠物主通过捡取流浪动物的方式获取宠物（见图 3-1）。中国的流浪动物众多，但流浪动物未经过检疫，存在健康风险，且性情不一定适合饲养。专业宠物养殖商饲养的宠物经过检疫环节，更加干净健康，且幼宠经过宠物养殖商的训练，更加温顺，适合饲养。

图 3-1 宠物主获取宠物狗、宠物猫的获取方式



来源：头豹研究院编辑整理

此外，宠物知识欠缺还导致部分宠物主存在不文明养宠的行为，并增大宠物主购宠时上当受骗的几率，具体表现为：（1）部分宠物主在饲养过程中存在遛狗不牵绳、宠物随地便溺等不文明的行为。不文明的养宠行为容易引发宠物主和非宠物主之间的矛盾，导致居民对宠物产生负面看法；（2）部分宠物主对宠物缺乏足够的认知，难以正确判断宠物品种，因此容易因低价而购买到实际品种与宣传不符的宠物。

3.2.3 宠物容易发生死亡

中国宠物活体在养殖环节和运输配送环节容易出现死亡的情况，影响宠物繁殖和活体交易行业的发展。

养殖方面：（1）宠物繁殖和活体交易企业售卖的宠物多为幼犬、幼猫等出生三个月左右的宠物，幼年宠物肠胃脆弱，抵抗力差。部分宠物养殖商为节省成本，在养殖过程中喂养宠物便宜饲料，甚至不打疫苗，导致幼年宠物容易死亡；（2）部分宠物养殖商未完全遵照《动物防疫条件审核管理办法》的规定，其养殖环境的卫生条件、医疗条件未达到标准，且企业对宠物健康的重视程度不足，导致宠物容易染病死亡。

运输配送方面：（1）中国缺乏专业的宠物运输机构，多数企业通过汽运运输宠物，对宠物的保障不到位。在汽运过程中，宠物活体容易处在缺氧、高温环境中，导致宠物死亡。而

且宠物活体多为幼年宠物，抵抗力弱，如汽运运输时间过长，宠物的死亡风险高；（2）宠物繁殖和活体交易企业出于成本考虑，对宠物在运输保护措施方面投入不足，或者不愿意进行空运等费用较高的运输方式，导致宠物的死亡率高。

专业宠物运输的缺乏和企业的不重视，导致行业中宠物死亡率高达 30%，严重影响行业未来发展。对企业而言，过高的宠物死亡率高不利于企业发展壮大。对宠物主而言，购买的宠物容易在运输过程中死亡或出现健康问题，严重影响到宠物主的消费体验。

4 中国宠物繁殖和活体交易行业政策及监管分析

农业部先后出台了《动物防疫条件审核管理办法》、《农业部关于推进执业兽医制度建设工作的意见》、《宠物饲料管理办法等》，对宠物防疫、宠物饲料、宠物兽医管理等方面进行规范，推动了中国宠物繁殖和活体交易行业的规范发展（图 4-1）。

2010 年 5 月，农业部发布《动物防疫条件审核管理办法》，规定动物饲养场需符合下列条件：（1）距离动物隔离场所、无害化处理场所 3,000 米以上；（2）距离动物诊疗场所 200 米以上；(3) 距离生活饮用水源地、城镇居民区、文化教育科研等人口集中区域及公路、铁路等主要交通干线 1,000 米以上；（4）需设置长 4 米、深 0.3 米以上的消毒池；（5）需配备疫苗冷冻设备、消毒、诊疗等防疫设备的兽医室；（6）需按规定建立免疫、用药、检疫申报、疫情报告、畜禽标识等制度及养殖档案；（7）需具备必要的防鼠、防鸟、防虫设施；（8）需引入动物隔离舍和患病动物隔离舍。《动物防疫条件审核管理办法》对动物饲养场的场地及设施标准进行了规范，推动宠物繁殖和活体交易行业的规范发展。

2011 年 5 月，农业部发布《农业部关于推进执业兽医制度建设工作的意见》，《意见》指出：（1）建立执业兽医教育制度，有序开展执业兽医教育培训工作，利用各种教育培训资源，不断提升执业兽医服务水平；（2）建立健全执业兽医资格准入制度，动物诊疗机构、种

畜禽生产经营企业、水产原种场等单位从事动物疾病预防、诊断等经营活动的兽医人员，需按照《动物防疫法》及农业部相关规定实行执业兽医资格准入管理；（3）建立健全执业兽医从业管理制度，规范执业兽医从业活动，制定执业兽医职业道德规范和操作技术规范，明确职业兽医基本行为准则等。《意见》规范了执业兽医从业活动，有助于宠物繁殖和活体交易行业稳定健康发展。

2018 年 4 月，农业部发布《宠物饲料管理办法》，办法规定：（1）宠物饲料生产企业发现其生产的产品可能对宠物健康有害或者存在其他安全隐患，需立即停止生产，并且通知经营者、使用者，向饲料管理部门报告，主动召回产品；（2）出厂销售的宠物饲料产品需包装，包装应符合国家有关安全、卫生的规定；（3）宠物饲料经营者进货时需查验宠物饲料产品标签、产品质量检验检疫合格证；（4）宠物饲料经营者不得将宠物饲料产品拆包、分装，不得进行加工或添加任何物质；（5）禁止宠物饲料经营者经营无产品标签、无产品质量标准、无产品质量检验合格证的宠物饲料等。《宠物饲料管理办法》有效预防宠物食品安全问题，规范了宠物繁殖和活体交易行业的发展。

图 4-1 中国宠物繁殖和活体交易行业相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《宠物饲料管理办法》	2018-04	农业部	（1）宠物饲料生产企业发现其生产的产品可能对宠物健康有害或者存在其他安全隐患，需立即停止生产，并且通知经营者、使用者，向饲料管理部门报告，主动召回产品；（2）出厂销售的宠物饲料产品需包装，包装应符合国家有关安全、卫生的规定；（3）宠物饲料经营者进货时需查验宠物饲料产品标签、产品质量检验检疫合格证；（4）宠物饲料经营者不得将宠物饲料产品拆包、分装，不得进行加工或添加任何物质；（5）禁止宠物饲料经营者经营无产品标签、无产品质量标准、无产品质量检验合格证的宠物饲料等
《农业部关于推进执业兽医制度建设工作的意见》	2011-05	农业部	（1）建立执业兽医教育制度，有序开展执业兽医教育培训工作，利用各种教育培训资源，不断提升执业兽医服务水平；（2）建立健全执业兽医资格准入制度，动物诊疗机构、种畜禽生产经营企业、水产原种场等单位从事动物疾病预防、诊断等经营活动的兽医人员，需按照《动物防疫法》及农业部相关规定实行执业兽医资格准入管理；（3）建立健全执业兽医从业管理制度，规范执业兽医从业活动，制定执业兽医职业道德规范和操作技术规范，明确职业兽医基本行为准则等
《动物防疫条件审核管理办法》	2010-05	农业部	（1）距离动物隔离场所、无害化处理场所3,000米以上；（2）距离动物诊疗场所200米以上；（3）距离生活饮用水源地、城镇居民区、文化教育科研等人口集中区域及公路、铁路等主要交通干线1,000米以上；（4）需设置长4米、深0.3米以上的消毒池；（5）需配备疫苗冷冻设备、消毒、诊疗等防疫设备的兽医室；（6）需按规定建立免疫、用药、检疫申报、疫情报告、畜禽标识等制度及养殖档案；（7）需具备必要的防鼠、防鸟、防虫设施；（8）需引入动物隔离舍和患病动物隔离舍等

来源：头豹研究院编辑整理

5 中国宠物繁殖和活体交易行业市场趋势

5.1 企业业务向宠物行业下游延伸

中国宠物繁殖和活体交易行业的市场竞争激烈程度日益加剧，为提高竞争力，宠物繁殖和活体交易企业正积极将业务向宠物行业下游延伸，即开始发展宠物食品、宠物用品、宠物服务等业务。通过发展多元化业务的方式，宠物繁殖和活体交易企业能够满足消费者更多的需求，扩大企业的客户群体，进一步提升企业核心竞争力。

- **业务向宠物食品、用品领域延伸：**

宠物的养殖、交易是宠物繁殖和活体交易企业的主营业务，依托于宠物繁殖和交易业务，企业能迅速在宠物食品、宠物用品领域得到发展，主要原因为：（1）宠物繁殖和活体交易企业售卖的宠物多为幼犬、幼猫等出生三个月左右的宠物，幼年宠物肠胃脆弱，短时间内难以接受换粮，因此宠物主购买宠物时通常会考虑购买宠物前期食用的宠物食品，宠物繁殖和活体交易企业趁此售卖宠物食品；（2）宠物主在购买宠物的同时，通常还会考虑购买部分宠物用品，如狗笼、牵引绳等。因此，宠物繁殖和活体交易企业还会向宠物购买者搭售有助于宠物前期饲养的宠物用品。

购买宠物的客户通常对宠物食品、宠物用品需求大，依托于繁殖交易业务，宠物繁殖和活体交易企业能够快速发展宠物食品、宠物用品销售业务。通过售卖宠物食品、宠物用品，宠物繁殖和活体交易企业的销售利润得以提高，抗风险能力增强。

- **业务向宠物服务领域延伸：**

依托于宠物养殖业务积累的养殖技术和经验，宠物繁殖和活体交易企业更为了解宠物特点，提供的宠物服务能够更加专业化、多样性，因此宠物服务成为业内企业拓展业务的重要领域。当前，已有宠物繁殖和活体交易企业提供多元化的宠物服务。例如，金色世家宠物的

主营业务为繁殖、销售宠物，但金色世家同样提供专业宠物训练、宠物公寓寄养、宠物洗澡、宠物美容、宠物游泳等服务。

购买宠物的客户数量有限，且多为一次性消费，企业通过发展多元化业务，能够将宠物购买者发展成为长期客户，从而提高市场竞争力。随着宠物繁殖和活体交易市场竞争加剧，向宠物行业下游延伸业务成为宠物繁殖和活体交易企业提升竞争力的重要方式。

5.2 品牌将成为消费者购买宠物的重要依据

中国宠物繁殖和活体交易行业市场鱼龙混杂，且长期缺乏政府部门监管，市场竞争无序，消费者的权益无保障，导致“星期狗”、维权困难等事件频繁出现。在此情况下，消费者在购买宠物时，愈发关注宠物的健康与商家的售后服务态度，品牌企业因此受到消费者青睐。

品牌企业更重视宠物健康问题，受到消费者青睐：知名宠物繁殖和活体交易品牌企业具有社会影响力，其侵权违法成本高，一旦品牌企业出现“星期狗”问题，将对其声誉造成严重影响，给企业品牌价值带来难以挽回的损失。因此，知名品牌企业更加注重宠物健康问题，严格按照科学的方式对宠物进行驱虫、疫苗接种，确保出售的每一只宠物处于健康状态。

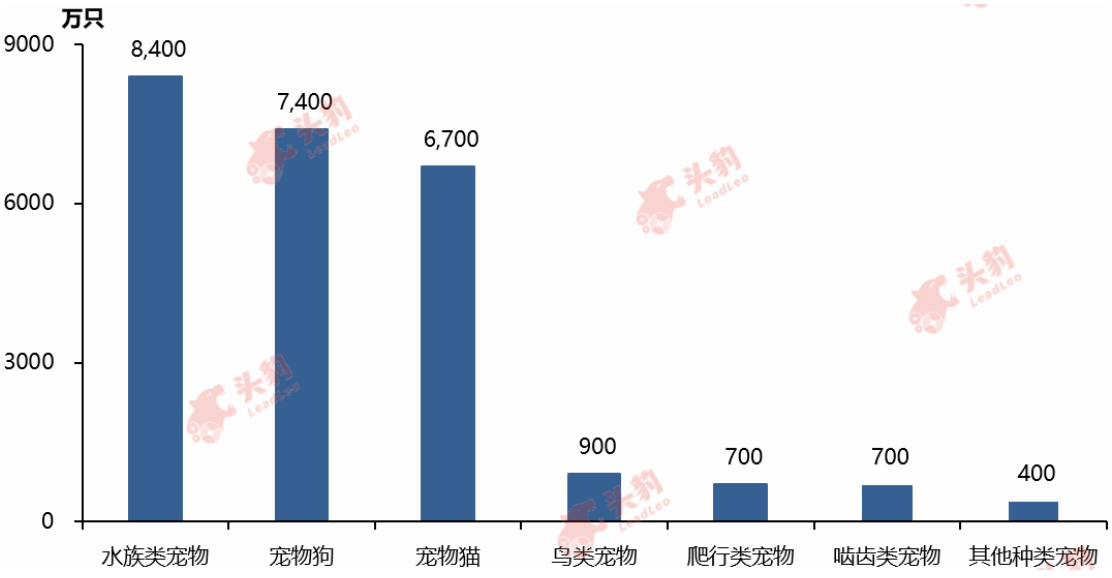
品牌企业更关注售后服务态度，受到消费者青睐：知名宠物繁殖和活体交易品牌企业注重售后服务态度，保障消费者利益，以便积累良好口碑，确保企业的可持续发展。例如，北京祥和名宠繁育中心承诺宠物在购买日起的三个月内发现犬瘟、细小等病情，可调换同等价位宠物。企业通过细致的售后服务能够增强消费者的信心，有利于品牌长远发展。

品牌企业对宠物健康和售后服务重视，消费者因此更加信赖品牌企业，促使消费者在购买宠物时更加看重品牌。

5.3 养殖的宠物种类多样化发展

根据调查，2018 年中国宠物狗、宠物猫数量已分别高达 7,400 万、6,700 万只，除猫、狗外，其他类型的宠物数量增长迅速，水族宠物数量已达到 8,400 万只，鸟类宠物数量达到 900 万只，爬行类宠物数量达到 700 万只（见图 5-1）。其他类型宠物的快速增长将促使宠物养殖商养殖更多非猫狗类宠物。

图 5-1 各类宠物数量，2018 年



来源：头豹研究院编辑整理

拥有近十年宠物行业从业经验的专家表示，未来，行业中其他类型宠物的数量和种类将不断增多。主要原因有：（1）随着中国居民收入的增加，中国居民在选购宠物价格敏感度降低，开始有能力饲养不常见、价格高的宠物。而且宠物能够反映出宠物主的品味，因此将会有更多有经济能力的居民饲养昂贵、罕见的宠物，作为其身份、地位的象征；（2）随着 90 后、00 后逐渐成为养宠主要人群，中国宠物主的越来越充满个性。因此将会有越来越多的宠物主为追求标新立异而选择饲养不常见的宠物。

6 中国宠物繁殖和活体交易行业竞争格局

6.1 中国宠物繁殖和活体交易行业竞争格局概述

中国宠物繁殖和活体交易行业集中度低，市场参与者众多，市场存在大量小型企业。行业竞争格局分析如下：（1）从宠物养殖方面分析，个人养殖商占比超过 90%，养殖场占比在 8%左右，猫舍/犬舍占比 2%左右；（2）从宠物活体交易方面分析：①鞍山是中国宠物活体的主要集散地，超过 80%的宠物活体经过鞍山流向宠物活体交易商；②各宠物活体交易商中，宠物店、个人直销商、养殖场、猫舍/犬舍、宠物活体店等均是以线下交易为主，多数为小型企业；③行业中还存在专注于宠物活体线上交易的宠物活体交易商，其中仅淘宠宝的规模较大。

现阶段，中国宠物繁殖和活体交易行业中不存在全国性企业，仅存在区域性龙头企业。例如北京地区的巨星犬业、卓越犬业，上海地区的来宝犬业，四川地区的黄金犬业，山东地区的星辰犬业等。这类企业主要从事犬种、猫种的繁殖与交易，其中犬种品种包括博美、比熊、巴哥、泰迪、贵宾、柯基、柴犬、金毛、拉布拉多、哈士奇等，猫种品种包括布偶猫、折耳猫、波斯猫、短毛猫、暹罗猫、橘猫、马恩岛猫、斯芬克斯猫等。知名企业多为 CKU 认证犬舍，品牌影响力强，通过专业的饲养、照料，其待售宠物品种、体质有保障。

现阶段，中国宠物繁殖和活体交易市场上小型企业居多，其品牌意识薄弱，营销渠道建设不完善。在消费升级的趋势下，中国消费者的品牌意识不断增强，购买力持续提高，品牌可信度将是消费者选择企业的重要考虑因素。未来，市场中注重宠物品种、体质与品牌建设的企业将取得长远发展。

6.2 中国宠物繁殖和活体交易行业典型企业分析

6.2.1 倍爱宠（北京）宠物服务有限公司

6.2.1.1 企业简介

倍爱宠（北京）宠物服务有限公司创立于 2002 年，经过十余年的发展，倍爱宠已拥有 36 家大型连锁犬舍。倍爱宠是世界犬业联盟（FCI）、中爱联合纯种犬文化发展中心（CKU）认证犬舍以及 CKU 国际永久注册犬舍。倍爱宠繁育的犬种包括泰迪犬、比熊犬、约克夏、秋田犬、萨摩亚、哈士奇、德牧、边牧、罗威纳等。倍爱宠曾获得多项奖项：（1）2009 年，倍爱宠获得 CKU 西南区犬种冠军展全场总冠冠军；（2）2010 年，倍爱宠获得 CKU 东北区全犬种国际冠军展全场总冠军；（3）2013 年，倍爱宠获得 CKU 北方区犬种国际冠军展全场等。

6.2.1.2 竞争优势

- **多元化业务发展**

倍爱宠作为中国较早进入宠物繁殖交易行业的企业，拥有国际领先的宠物繁殖技术与训练能力，旗下业务范围广，包括宠物繁殖、训练、美容保健等。通过多元化业务发展，倍爱宠的客户群体不断扩大，品牌影响力进一步提升。

- **重视宠物品质及消费者体验**

倍爱宠重视犬种血统，为消费者提供购犬三保协议：（1）为消费者提供健康保障，90 天内犬瘟、细小等疾病，免费退换；（2）为消费者提供品质保证，若犬种非纯种，十倍价格赔偿；（3）提供免费售后，如教授幼犬饲养方法提供宠物免费美容、医疗服务等。倍爱宠重视宠物品质及消费者体验，受到消费者广泛认可，有助于企业长期发展。

6.2.2 广州市天河区黄村润博宠物用品经营部

6.2.2.1 企业简介

广州市天河区黄村润博宠物用品经营部创始于 2017 年，润博分别为世界犬业联盟（FCI)、中爱联合纯种犬文化发展中心（CKU）认证犬舍。润博宠物繁育基地主要繁殖犬、猫品种：(1）繁殖犬种品种包括拉布拉多、哈士奇、金毛、阿拉斯加、藏獒、牛头梗、西部高地埂、杜宾、泰迪等，(2）繁殖猫类品种包括布偶猫、蓝猫、折耳猫、波斯猫、孟买猫、异国加菲猫、孟加拉豹猫等。

6.2.2.2 竞争优势

- **注重消费者体验**

宠物繁殖交易行业竞争日益激烈，企业同质化现象常见，润博为提升核心竞争优势，展开差异化竞争。润博注重消费者体验，为消费者提供宠物终身免费项目，如终身免费打疫苗、体检、剪指甲、美容等。润博与消费者日常互动频繁，消费者购买宠物后，润博工作人员将持续跟进宠物情况，为消费者提供服务帮助，受到消费者广泛认可。

- **便利销售流程**

润博销售流程为：(1)消费者访问官网浏览宠物照片；(2)联系企业客服查询心仪宠物情况；(3)消费者挑选后网上付款；(4)配送宠物至消费者家。受时间或地点限制的消费者可通过简单的网络操作预定宠物，并短时间内收到宠物，润博的销售流程提高了消费者的便利性，提升了消费者满意度，为企业的发展奠定了基础。

6.2.3 广州腾煌宠物服务有限公司

6.2.3.1 企业简介

广州腾煌宠物服务有限公司创立于 2002 年，经过十余年的发展，腾煌积累了专业的繁育技术及经验。腾煌为世界犬业联盟（FCI)、美国犬业协会（AKC)、中爱联合纯种犬文化发展中心（CKU)、德国牧羊犬俱乐部（CSV）四大协会认证犬舍。腾煌繁殖的犬种曾多次获得国际犬种冠军展全场总冠军、犬种群冠军、单犬种冠军、相对性别犬、相对优胜权等奖项。腾煌曾获得多项奖项：（1）2009 年，腾煌获得全国十佳名犬养殖奖项；（2）2010 年，腾煌获得全国十佳名犬养殖奖项；（3）2010 年，腾煌获得 FCI 亚洲杯第二场总冠军。

6.2.3.2 竞争优势

- **注重线上平台**

腾煌线上平台为消费者提供宠物喂养知识及饲养指导。同时，腾煌线上平台可清晰展示待售宠物照片及信息，便于消费者更加直观地了解心仪宠物情况，有助于消费者做出购买决定。通过线上平台营销，宠物可得到较好的展示，且营销针对性强，营销群体覆盖面大，客户转换率高。

- **犬种品质高**

腾煌对犬种血统及品质高度重视，用于繁育的成犬均为高品质、纯正血统犬种。腾煌积累了十余年丰富繁育、训练经验，专注于培养冠军犬，其繁殖的犬种曾多次在国际犬种展览中获得奖项，品牌影响力进一步提升。腾煌繁育犬种品质获得市场广泛认可，受到消费者青睐。

6.2.4 上海来宝犬业有限公司

6.2.4.1 企业简介

上海来宝犬业有限公司成立于 2002 年，位于上海松江区的五厍现代农业示范区内，占地面积 38 亩。来宝犬业是一家集高品质纯种犬繁育，犬寄养训练学校，犬业技术培训等一体的大型犬业公司。来宝犬业养殖的犬种主要为哈士奇和美国秋田犬，旗下拥有犬舍 160 间，每间犬舍 11.5 平米。

6.2.4.2 竞争优势

- **注重犬种品质**

来宝犬业积累了十余年丰富繁育、训练经验，其对外销售的犬只均有 CKU 注册号或香港狗会注册号，获得相关机构的认证。发展至今，来宝犬业旗下的犬只已在美国、香港、中国大陆等地区获得过多项荣誉。来宝犬业繁育冠军哈士奇超过八十余只，数量上处于业内领先。凭借优良的犬种，来宝犬业的品牌影响力不断提升，目前来宝犬业已在上海地区建立起品牌知名度，受到消费者青睐。

- **业务全面**

除犬只销售外，来宝犬业还提供犬只训练、犬只寄养服务以及宠物产品销售。犬只训练服务方面，来宝犬业为宠物犬提供初、中、高三种训练课程，训练宠物狗实现简单的坐、卧以及复杂的跳绳、远程拾取等操作。寄养训练方面，来宝犬业为宠物主提供人犬共乐的场所。宠物产品方面，来宝犬业提供宠物洗护用品和宠物食品的销售。通过全方位的服务和产品，来宝犬业能够全方位覆盖宠物狗的各个饲养周期，吸引到更多的宠物主。

6.2.5 南京阳光犬舍

6.2.5.1 企业简介

南京阳光犬舍成立于 2002 年，是 CKU 注册犬舍，是南京地区唯一一家被 FCI 认定的优生优育犬舍。阳光犬舍主要从事顶级血统犬的繁殖与推广，其销售的犬种为边境牧羊犬和杜宾犬。发展至今，阳光犬舍在边境牧羊犬繁殖与顶级美系杜宾犬繁殖领域，已成长为南京地区的权威犬舍。

6.2.5.2 竞争优势

- **犬种品质获得认证**

阳光犬舍对犬种血统及品质高度重视，其繁殖的犬种均获得 CKU 特定的"酒红血统证书"，以确保犬只的血统、健康、品质。当前，阳光犬舍用于繁殖的边牧冠军种公群全部来自美国，获得了美国 AKC 血统证书，国际标准 OFA 的检测合格。阳光犬舍繁殖的杜宾犬也获得冠军登录，即参与过多项赛事，获得机构认证。通过十余年在边境牧羊犬、杜宾犬繁殖领域的积累，阳光犬舍在南京地区已建立起品牌知名度，获得市场广泛认可。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展

四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报

头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报

图说

表说

专家说

数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽暈染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	兵乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习：	英语				
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学			

暗号：666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518

撩汉liaohan.net

最好资源zuihaoziyuan.com

如果群里报告过期

请加微信联系我索取最新

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告;

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报

3、如果看到群里报告过期了，请扫码联系

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。